

# Los escenarios de la desintermediación y los entornos de prosumisión: la revisión a un caso sobre trabajo editorial en una comunidad de amateurs

Rodrigo González Reyes<sup>a</sup>

## Resumen / Abstract

El advenimiento de la digitalización ampliada ha dado lugar a los procesos de prosumisión y la aparición de comunidades de práctica. Para atestiguar esta evolución, en el presente trabajo se lleva a cabo la revisión a un caso particular: una comunidad amateurs prosumidores que han trabajado en el entorno de la autogestión de proyectos editoriales.

**Palabras clave:** Trabajo editorial, Desintermediación, Amateurs, Comunidad de práctica

---

*The advent of the expanded digitization has led to prosumision processes and to the emergence of communities of practice. To witness to this evolution, this work has carried out the revision to a particular case: the one of an amateur community of prosumers who have worked in the environment of the self-managed publishing projects.*

---

<sup>a</sup>. Universidad de Guadalajara.

## Una historia de la intermediación

Frente a otras industrias u oficios de la producción cultural la editorial se caracteriza por dos particularidades: su larga presencia a lo largo del tiempo en los usos culturales y los relativamente pocos cambios que ha enfrentado como modo de hacer. Mientras que industrias como la discográfica, la cinematográfica y, singularmente, las que integran el sector audiovisual, se han transformado de manera radical en sus modelos de producción, circulación, rentabilización y consumo en los últimos 100 años, la de los productos editoriales enfrentan, prácticamente desde mediados del siglo XV (momento que Gutenberg echara a andar la imprenta de tipos móviles), el primer cambio radical en siglos.

Si bien es cierto que el libro ha pasado de ser un objeto de producción artesanal a uno de producción masiva y que a partir del siglo XX, con el aumento de la alfabetización mundial y de su sinergia con industrias tales como la del periodismo y la gráfica, ha devenido un sector ampliamente diversificado y segmentado, en esencia las dinámicas y rutinas básicas del sector se han mantenido relativamente inalteradas, particularmente en lo tocante a los modos de rentabilización.

En relación a ello se puede decir, de modo consensuado, que la del libro, aunque en términos amplios también toda la industria de la edición, se había basado en el modelo conocido como del “coste por copia”. Este modelo, que también es extensivo a las industrias tradicionales de contenidos (y que da lugar a la industria de contenidos “enlatados”), puede explicarse como aquel modelo en el que la rentabilización directa de los objetos culturales se deriva de la cadena producción - circulación - almacenamiento - venta del soporte del contenido; esto quiere decir que, aunque el valor del contenido representa una mercancía con valor por sí misma (y que es una mercancía intangible), cuando esta es indisociable de su soporte, la entidad que carga su rentabilización es el soporte mismo (por ejemplo, en el caso del disco lo han sido el disco de vinil o el plato de CD). De otra manera, lo que aporta ganancia a todos los componentes o eslabones de la cadena, es la entidad física que se comercializa: el soporte.

Como ya es posible vislumbrar, el modelo del coste por copia está íntimamente relacionado a la presencia de un actor particular: el intermediario (Anderson, 2008); desde aquí, llamamos intermediación al proceso que implica que un consumidor pueda hacer uso o adquirir un bien sólo en la medida en que un tercero haga de intermediario entre quien produce, quien distribuye y el consumidor mismo; en este modelo la entidad que media es el intermediario, y lo puede haber en distintas posiciones de la cadena, dependiendo de la complejidad y tamaño de esta.

En el caso de las industrias de contenidos clásicas este papel recae, por ejemplo y para el caso del libro, en el de la casa editorial, que media entre los autores y los distribuidores y, posteriormente, las librerías, que en este caso operan como intermediarias al fungir como distribuidores, es decir, como quienes hacen el puente entre la casa editorial y el consumidor final.

Visto así y desde este escenario, el modelo del coste por copia no es más que el correlato del modelo de intermediación, o bien, el modelo de intermediación es el modelo de organización de los pasos productivos de la cadena producción - oferta mientras que el de coste por copia el modelo de generación de valor de esa cadena.

Aunque no debiéramos de minimizar la profunda complejidad del proceso producción - consumo de los bienes y las industrias culturales, particularmente las de contenidos, de manera práctica se puede decir que el proceso es bastante obvio y que no tendría mucho caso darle un espacio a su explicación en este trabajo de no ser por una razón particular e histórica: sucede que este modelo ha entrado en profunda crisis a través de la llegada de ese otro proceso al que llamaremos de *digitalización ampliada*, mismo que implica la desmaterialización de los bienes culturales, y, en última instancia, la minimización del papel del intermediario (o, en muchos casos, su completa desaparición) (Van Dijck, 2013).

Como ya también se puede intuir, la llegada de la digitalización ha venido a suponer no sólo la crisis de una parte vital de los sectores productivos tradición de los bienes culturales (contenidos) sino también, y sobre todo, la aparición de nuevos modelos de producción y acceso, la emergencia de nuevos actores y la ampliación de las cadenas productivas en estos modelos; como consecuencia directa también surgen nuevas agendas y enfrentamientos por el control de los mercados culturales de contenidos, tal como en el caso de la industria y los mercados editoriales.

## **La digitalización ampliada: las condiciones de la aparición del prosumidor**

Antes de pasar a explorar los cambios determinantes en las distintas estructuras de las industrias de contenidos es importante exponer las condiciones tecnológicas que han dado lugar a esto que llamamos digitalización ampliada, y que implica, al menos, tres grandes momentos: el proceso de desmaterialización, el de reticularización y el de almacenamiento a alto volumen.

La desmaterialización, de manera breve, puede definirse como la capacidad de transformar la información contenida o registrada en entidades físicas (soportes) en datos, es decir, la capacidad de “desmaterializar” la información; esta característica es la más importante en la economía de la información en tanto que, con base en ella, la información puede dejar de estar sometida a la necesidad del soporte y, entonces, transitar por redes telemáticas; este proceso es, por decirlo así, la esencia misma de la desintermediación.

La segunda condición, la reticularización, es justamente la causa de posibilidad del tránsito por esta redes, y la conceptualizamos como la capacidad de esos datos de tender redes o carreteras interconectadas por donde la información puede viajar de manera distribuida y no centralizada, es decir, donde la cantidad de emisores y receptores, y su puesta en relación, se vuelve exponencial, escapando con ello a la limitación de la discrecional o la relación uno a uno; en términos prácticos la reticularización de la información permite que haya tantos receptores como emisores, situación que se convierte en piedra de toque cuando concebimos a la información como el insumo básico del conocimiento y la socialización del conocimiento, justamente, en medio de lo que hemos dado en llamar sociedad de la información y el conocimiento.

Por su parte el almacenamiento a alto volumen hace referencia a la capacidad de almacenar grandes cantidades de datos, pero no sólo de almacenarlos sino también de llevarlo a cabo a costos operativos, muchas veces, de casi cero (Rifkin, 2015).

Hemos de aclarar que se le nombra *digitalización ampliada* porque aunque la digitalización como proceso implica, por sí misma, la desmaterialización de la información (convertir átomos en bit, según el célebre ejemplo de Nicholas Negroponte) (2000) la profunda transición del modelo de intermediación al de desintermediación (y al que podemos llamar tridefinido por la convergencia de estas tres condiciones) va más allá de la mera conversión de átomos a bits, haciendo necesario articular la capacidad de hacer circular la información desmaterializada de manera reticular a partir de terminales informáticas y la de almacenar lo producido y circulado con apenas costos incurridos; esto es importante hacerlo notar pues la convergencia de estos tres factores ha permitido la emergencia de un actor particular que objetiva la posibilidad de arrebatarse a las industrias de contenidos tradicionales el monopolio sobre la producción y dinamización histórica de bienes culturales: este actor no es otro que el prosumidor.

## Los prosumidores: nuevos actores, nuevos escenarios

Una afirmación popular sobre la sociedad de la información y el conocimiento dice que la mercancía más abarata de la historia ha sido el bit. Esta afirmación es en parte cierta si bien con un cierto matiz: se ha abarata como ninguna otra mercancía solo a condición de que se depreciara, también, la infraestructura tecnológica que permite su procesamiento y vehiculación; dependiente de factores tales como la ley de Moore (que explica que año con año la capacidad de procesamiento informático se duplica 2 a 1 en relación a la superficie que ocupan los transistores) y de lógicas de mercado basados en la economía de red (que expone que una tecnología, para ser socialmente rentable, debe generar redes de usuarios compatibles entre ellos, situación que a la larga lleva al crecimiento exponencial esa red), las tecnologías de la información - comunicación, particularmente la internet, han logrado insertarse de manera totalizadora en la cotidianidad contemporánea de las sociedades globales contemporáneas, volviéndose, aún en presencia de brechas tan profundas y obvias como las educativas y las democráticas, el centro organizativo de cualquier actividad o segmento económico mundial (Rifkin, 2015).

Al abarata estas tecnologías también se extendieron sus usos y se amplió la convergencia tecnológica: el teléfono móvil, por ejemplo, dejó de ser una herramienta de comunicación hablada para pasar a ser cámara fotográfica, computadora, agenda y repositorio de aplicaciones; al ser capaz de producir y circular contenidos a través de estas herramientas y con costos liminales, el usuario promedio de estas tecnologías se convirtió, entonces, en prosumidor.

En términos muy sintéticos el concepto funciona como una etiqueta que señala a aquellos sujetos que, en escenarios ideales, son capaces de producir y consumir contenidos por igual. El concepto, acuñado por el futurólogo Alvin Toffler (Toffler, 1984), de hecho, resulta de la contracción de los términos productor / consumidor y encuentra su hipérbole no en esa década sino a partir del cambio de siglo.

Decimos que en escenarios ideales porque aunque el imaginario de la digitalización ampliada, parado en el paradigma Internet, suele ver como un hecho la existencia generalizada del prosumidor, es obvio que las brechas de todo tipo, incluidas las tecnológicas y del conocimiento,

existen en todos los ámbitos; aún así, un hecho central de la sociedad de la información y el conocimiento es la aparición de estos actores, cuya principal característica e importancia radica en su capacidad de generar contenidos (información, conocimiento) y consumir los generados por otros (Dator, Sweeney y Yee, 2014).

Aunque la calidad de estos contenidos, las motivación para generarlos y consumirlos así como los usos sociales que se le dan a lo producido y consumido son extremadamente diversos, una consecuencia de la actividad prosumerista, en general, ha sido la entrada, al mercado cultural, de catálogos de contenidos nuevos pero también la ampliación de los ya existentes; como es de esperarse, la pregunta, desde la economía de la cultura y la economía política de las industrias culturales (entre las que se hallan las de contenidos) ha sido: ¿cómo afectará este cambio de horizonte a la forma en la que tradicionalmente se producen, consumen y rentabilizan los bienes culturales?

La respuesta no encuentra aún consensos y la transformación sigue avanzando, si bien al menos es posible echar una mirada a algunos casos ejemplares sobre su posible estado, tal es el ejemplo que se revisa más adelante.

## Comunidades de práctica, ampliación de contenidos

Un debate constante en disciplinas como la economía política de la cultura y la de las industrias culturales ha girado en torno a los conceptos mismos de industria cultural y creativa (debate al que no nos asomamos en este texto por cuestiones de espacio) pero, y sobre todo, de estas en relación a la idea de bien cultural (Tremblay, 2015); en tanto el debate se mantiene encendido y se segmenta la controversia, al menos podemos tomar los criterios clásicos de definición de “bienes culturales industrializados”, y que son aquellos que se basan en la existencia de dos condiciones: uno, la necesidad de canales de distribución y dos, la posibilidad de estandarizar las características de las entidades producidas, de tal manera que un prototipo u original pueda ser replicado con todos sus atributos, o lo que es lo mismo, que pueda dar lugar a tantas *copias* como se quiera (Cuadrado y Berenguer, 2002).

En la etapa anterior a la de la desmaterialización - desintermediación este proceso, al que se identifica con el concepto de industrialización de bienes culturales, quedaba básicamente en manos de los grandes productores, que son las industrias culturales (Garhnam, 2005).

De hecho, el concepto de industria cultural se mantenía vigente e incontrovertido en virtud de, aunque existían otros actores capaces de producir bienes culturales, estos eran incapaces de generar tal tipo de replicación (un artista o un artesano, por ejemplo); esta incapacidad, en términos prácticos, radicaba en dos factores: 1) en la escasez de los medios de producción, y 2) la escasez de los conocimientos técnicos (y capital humano en general) para ejecutar los procesos de producción (y, posteriormente, los también necesarios en las subsiguientes eslabones de la cadena); eran escasos, en resumen, porque sencillamente eran muy caros (Anderson, 2008).

Como ejemplo basta imaginar la inversión en infraestructura, preparación técnica y amortiguación de riesgos que conllevaba echar a andar una casa disquera o un emprendimiento editorial. No sólo era cara la infraestructura y el adiestramientos técnico sino, también y sobre todo, afrontar el riesgo del muy posible fracaso de ese emprendimiento.

Este hecho mantuvo, durante más de un siglo, un escenario en el que la oferta de contenidos y bienes culturales industrializados era exigua, limitada y por demás muy parecida, sustituible y bastante homologable. La novedad era la excepción y la masificación la norma. Con todo, al aparecer la web 2.0, que es el formato social de la Internet (una internet diseñada y evolucionada con base en su potencial reticular y el ideal de la responsabilidad interactiva), aparecieron también sus potencialidades colaborativas, es decir, dio lugar a espacios participativos tanto formales como informales, muchos de los cuales se convirtieron en comunidades de práctica: escenarios estos de participación colectiva y generalmente informal donde el objetivo está puesto en la construcción de colectiva de conocimiento. Estas, según Wenger, Snyder y McDermott (2002) son:

Un grupo de personas que comparten una preocupación, un conjunto de problemas o una pasión sobre un tópico y que profundizan su conocimiento y experticia informal sobre esa área a partir de una interacción en constante desarrollo (traducción nuestra) (p. 4).

Con la aparición de las comunidades de práctica virtuales conocimientos antes onerosos, inaccesibles o incompletos comenzaron a desencapsularse y a circular, a ser intercambiados y puestos en experimentación; aunque el tipo de conocimientos, su complejidad y prerrequisitos de uso y aprendizaje también varía según la comunidad y la materia de especialización, estas formas de asociación dieron (y han venido dando) lugar a prosumidores cualificados en tareas anteriormente asignadas o delegadas únicamente a expertos, entre ellas la producción de bienes culturales con estándares de calidad que, en muchas ocasiones, pueden llegar a rallar con las versiones profesionales que se ofertan en el mercado; muchas de esta producción, que podemos etiquetar de “amateur”, no tiene propósitos comerciales y, aunque no siempre es del todo gratuita en el sentido clásico del término, es ridículamente asequible (Anderson, 2010).

Esta actividad prosumerista especializada, así, ha permitido no sólo la ampliación de la oferta cultural comercial sino también generado un mar de nichos de consumo tan inimaginados como impensables hace apenas diez años, situación en donde cada nicho oferta y consume portafolios de contenidos particulares y muy diferenciados, y mismos que, por supuesto, entran en conflicto con los intereses económicos de la industria de contenidos tradicionales (Keen, 2008).

## Los amateurs y el paradigma del experto

Aunque los amateurs han existido, sin lugar a dudas, desde que comenzó a operar la división histórica entre trabajo y ocio, muchos de ellos, hoy en día, son distintos en aspectos operativos a sus predecesores: mientras que en un pasado no muy lejano, tocando los principios del milenio, ser un amateur, es decir, un aficionado que no gana dinero por hacer lo que le apasiona o divierte, estaba íntimamente ligado a una experiencia de hermetismo y aislamiento (confinado a compartir su afición con aquellos anclados al mismo espacio geográfico pero también a aprender y compartir conocimientos específicos únicamente entre ellos), hoy una parte importante de amateurs forman parte de comunidades virtuales de práctica y otras formas de asociación y comunidades de aprendizaje similares.

Este cambio viene a representar, en más de un sentido, un hecho reconfigurativo en las economías del conocimiento pues permite entender que estamos frente a formas alternativas, y a veces emancipadoras, de generar, desencapsular y aprovechar conocimientos, unos de ellos nuevos, otros viejos pero novedosamente reconstituidos y algunos anteriormente estancos o impenetrables. Esta alternación es impórtate, también, pues comienza a romper con el paradigma del experto, visión desde la que el proceso de legitimación de los conocimientos se consolida únicamente a partir de la acreditación institucional y formal del conocimiento tal como la obtención de títulos.

Según Leadbeter y Miller (2004), justamente, la falta de atención a la figura del amateur se debe a que el “yo sé” dejó de ser importante por haber sido sustituido por el “alguien dice que sé”; así, con esta revaloración de los saberes adquiridos por la vía informal y no formal el experto ya no sólo puede ser quien ha transitado por un proceso de certificación sino otra vez quien, en posesión de un cuerpo dado de conocimientos especializados, es capaz de aplicarlos y replicarlos.

En el caso de los prosumidores que se agrupan en la web para aprender y enseñar, estos nuevos expertos son centrales pues fungen, a la vez, como emprendedores, educadores y, sobre todo, como creadores y circuladores de esos conocimientos; así mismo, cuando se reúnen “a hacer”, tal como en el caso de las comunidades virtuales creadoras o modificadoras de contenidos de algún tipo, el impacto se concreta y se vuelve doblemente importante: estas crean contenidos, generan aprendizajes para generar o modificar esos contenidos y, más importante aún, inauguran dinámicas de consumo cultural, detonan nuevos nichos y conciben nuevos públicos y mercados de bienes culturales, algunos de ellos en la lógica de los “bienes industrializados” de los que ya hemos hablado.

## **La autogestión de procesos editoriales: un caso desde una comunidad amateur en la transformación de contenidos**

La industria editorial, tal como se ha afirmado al principio de este trabajo, ha sido una de las industrias de contenidos que, de manera relativa, ha sufrido menos cambios en sus modelos de producción y rentabilización desde su origen; en el caso de la industria del libro y sus derivados se trata de una industria con poco más de cinco siglos, lo que hace que los cambios acumulativos sean más visibles que en otras industrias más jóvenes (tal como la del audiovisual o la discográfica). Con todo, los cambios más radicales se han sucedido en el ámbito del tiraje (su aumento en relación a las técnicas seriadas de impresión), su capacidad de respuesta ante el mercado, los esquemas de distribución y la segmentación masiva de los mismos. Más allá de eso los principios técnicos de producción y negocio se mantenían, hasta hace aproximadamente 15 años, básicamente inalterados (Bhaskar, 2014).

Basada en el principio del coste por copia, la lógica del *best seller* (o economía de la cola larga) (Anderson, 2009) ha mantenido a casas editoriales, libreros y librerías ocupados en mantener bodegas y puntos de venta atiborrados de cientos de copias de apenas un puñado de títulos. Este catálogo, tal como marca la experiencia de más de un siglo, se va renovando entre los seis meses y un año (según géneros y tendencias), y con la absorción global de las casas editoriales más pequeñas y locales a manos de los grandes *clusters* editoriales (por ejemplo editoriales tales como Penguin,

Random House, Mondadori o Planeta) la oferta exhibida se homologó de manera todavía más radical: estrategias millonarias de mercadotecnia promocionan en todos los puntos del planeta una colección de títulos más reducida y se construyen mediáticamente autores y escritores a la usanza del *star system* cinematográfico y televisivo.

Este *modus operandi*, tal como en las otras industrias tradicionales de contenidos, desarrolló y apuntaló un escenario de escasa oferta, afectada de falta de novedad y, sobre todo, de un soslayamiento sistemático y negligente de las necesidades y gustos, cada vez más cambiantes y diversos, de los lectores globales. Con este trasfondo no es de extrañar que distintos grupos de lectores aficionados, ya en su papel de prosumidores cualificados, hayan decidido reaccionar ante la precariedad y soberbia de una industria dormida en los laureles de su inercia histórica; justamente, a partir de este reclamo, distintos grupos de aficionados comenzaron a formar comunidades virtuales de autogestión editorial, entendidas estas como agrupaciones de amateurs organizados y deseosos de acercarse a nuevos, mejores y más variados contenidos editoriales por la vía de la creación o modificación de obra.

Por un lado aparecieron las comunidades de autores, grupos de escritores y creadores ávidos de ser leídos y promocionados; la más popular de estas comunidades, que asumió la forma de plataforma web, es Wattpad, la cual cuenta hasta el día de hoy con nada menos que 60 millones de usuarios, sumando 400 millones de subidas por mes (La Nación, 2017, parr. 2). Estas comunidades, como se puede ver, están dirigidas a la visibilización de obras originales y generar círculos de lectura en torno a los autores y creadores; por su parte están otro tipo de comunidades donde la meta está puesta, por el contrario, en modificar obras ya existentes, mayoritariamente con la intención de volver accesible, en algún sentido, obras industrializadas y protegidas por derecho de autor. De forma correcta el lector estará intuyendo que este segundo tipo de comunidades enfrenta, regularmente, amenazas por parte de las casas editoriales y los aparatos legales internacionales a causa de la transgresión que esto puede significar a las distintas formas de protección legal al derecho de autor y el *copyright*.

Estas dos orientaciones prácticas, aunque envuelven perfiles similares de consumidores culturales, involucran a prosumidores con perfiles muy diferentes pues, mientras las comunidades de autores producen contenidos propios, las habilidades técnicas en términos del uso de herramientas informáticas de estos prosumidores puede limitarse a los procesadores de texto y algo de diseño editorial; se usan, básicamente, para escribir y narrar a partir de documentos de lectura elementales (la idea detrás es ofrecer piezas literarias cuyo valor radica en la habilidad creativa de la narración verbal más que en la generación de atributos visuales, interactivos, o de otra clase, si bien es necesario decir que productos tales como ciertos *fan fics* y otros productos parecidos puede ser gráficamente muy complejos). Todas las herramientas de subida y gestión de contenidos suele ofrecerlos la plataforma en cuestión y, por regla general, son muy intuitivas.

Por su parte las comunidades de modificadores, para llevar a cabo cambios en el contenido, pueden requerir de habilidades técnicas, intelectuales y creativas en distintos volúmenes y ordenes, así como poner en práctica principios de gestión de sitios web y repositorios digitales; tal es el caso de la comunidad que se reseña en las siguientes líneas.

## El caso Foro rosa

Foro rosa fue el sitio web de una comunidad de modificadoras, particularmente, de traductoras de contenidos (se habla de traductoras, en femenino, pues la inmensa mayoría de miembros de la comunidad eran jóvenes mujeres, en su mayoría adolescentes). El sitio dejó de operar hace un año aproximadamente como resultado de las amenazas vertidas desde distintos frentes en tanto se consideraba un sitio que operaba a partir de la piratería intelectual (y desde ahí, y aunque ya no está en funcionamiento y aunque parte de la comunidad colabora en otros sitios y comunidades, el nombre real del sitio ha sido sustituido en este trabajo por un pseudónimo).

La comunidad se abocó al género de literatura romántica juvenil y el grupo inició hace un lustro con base en un reclamos que podía leerse en los primeros posts: “las editoriales en español no traducen ni la mitad de los libros y sagas que se publican en inglés, además de que lo que traducen es muy caro y difícil de encontrar; entonces, traduzcámoslo nosotras”.

Habiendo comenzado con un puño de participantes, que se limitaban a traducir muy rudimentariamente obras literarias, al poco más de dos años la comunidad contaba con distintos equipos de traductoras, correctoras de estilo, diseñadoras, empaquetadoras de contenidos, asistentes web y asistentes editoriales; hacia esos mismos dos años los equipos podían llegar a traducir y editorializar hasta cuatro libros al mes, mismos que se liberaban inmediatamente y sin restricciones a la web abierta. El trabajo, a esas alturas, ya no sólo consistía en hacer traducciones fieles y cuidadas sino también en diseñar portadas e interiores, agregar material gráfico y organizar colecciones y repositorios digitales para ir albergando un catálogo cada vez más grande, diverso y sofisticado.

Este tipo de trabajo, por supuesto, requirió de grandes cantidades de tiempo, de organización puntual y de un refinado proceso de división del trabajo especializado, todo a través de la virtualidad y, casi todas las veces, involucrando a miembros de todo el ámbito hispanoparlante; en este sentido, tal como era posible verlo en los lineamientos públicos de colaboración, no todo mundo podía realizar la labor que quisiera no sino aquella para la que estuviera capacitado. Parte de los procesos de funcionamiento implicaban la presentación de pruebas y tests de habilidad y competencias; para traducir, por ejemplo, se solicitaba llevar a cabo un examen en tiempo real que demostrara la habilidad necesitada y, de ahí en adelante, todos el proceso de selección era evaluado colegiadamente. Más adelante los textos eran sometidos a *proof reading*, se les llevaba a galeras y, finalmente, la obra terminada era “publicada” y liberada.

Aunque la tecnología utilizada para ello era la misma que utiliza cualquier persona promedio, tecnología casera que se encuentra en un supermercado, la mezcla de habilidades intelectuales y técnicas requería ir aprendiendo nuevos procesos y mejorar o especializar las habilidades ya adquiridas; en esos sentido los grupos de trabajo (muchas veces había más de un equipo y competían entre ellos por lograr la mejor liberación de obra con la mayor calidad y novedad posible) actuaban como legítimas comunidades de práctica, donde no sólo se intercambiaba conocimientos sino que también se les ponía a operar y a en casos prácticos y reales.

No se sabe a ciencia cierta la cantidad de títulos que la comunidad llegó a liberar a lo largo del lustro que se mantuvo activo pero no es difícil calcular un aproximado; hoy la comunidad se

ha disuelto como tal pero una parte importante de sus miembros colaboran en otros grupos y comunidades pero, más importante aún, algunas e ellas han comenzado, tras la experiencia informal y lúdica, emprendimientos editoriales monetizados, ya sea fomentando la creación de obra propia, financiando proyectos de publicación a través de micro y *crowdfunding*, promoviendo editoriales independientes, abriendo nuevos canales de distribución y generando modelos de generación de valor en un entorno digital y nuevo que las casas editoriales viejas y obsoletas se soberbia y neciamente se niegan a entender.

Los emprendimientos seguirán, nuevos esquemas de producción y circulación aparecerán y otros se desvanecerán, pero lo importante, a fin de cuentas, radica en que las nuevas generaciones de prosumidores han entendido que los esquemas han cambiado y que lo que no se renueva está destinado al olvido. El tiempo ya lo dirá.

## Bibliografía

- Anderson, C. (2008) *The Long Tail: why the future of business is selling less of more*. Nueva York: Hachette Books.
- Anderson, C. (2010) *Free: the future of a radical price*. Nueva York: Hyperion.
- Bhaskar, Michael (2014). *La máquina de contenido*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cuadrado, M. y Berenguer, G. (2002) *Consumo de servicios culturales*. Madrid: ESIC.
- Dator, J., Sweeney, J. A. y Yee, A. (2014). *Mutative media: communication technologies and power relations in the past, present and futures*. Nueva York: Springer.
- Garnham, N. (2005) From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy* 11: 16 – 29.
- Keen, A. (2008) *The cult of the amateur: how blogs, MySpace, YouTube, and the rest of today’s user-generated media are destroying our economy, our culture and our values*. Nueva York: Doubleday.
- La Nación (2017) <https://www.lanacion.com.ar/2069997-el-fenomeno-wattpad-en-ascenso-o-la-era-de-la-escritura-en-masa>
- Leadbeater, C. y Miller, P. (20024) *The pro - am revolution*. Londres: Demos.
- Negroponte, N. (2000) *El mundo digital*. Barcelona: Sine Qua Non.
- Rifkin, J. (2015) *The zero marginal cost society: the internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism*. Nueva York: St. Martin’s Griffin.
- Toffler, A. (1984) *The third wave*. Nueva York: Bantam.
- Tremblay, G. (2015) *Cultural industries, creative economy and the information society*. Nueva York: Palgrave.
- Van Djick, J. (2013) *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Nueva York: Oxford University Press.
- Wenger, E., McDermott, R. Y Snyder, W. (2002) *Cultivating communities of practice*. Boston: Harvard Bussiness School Press.